

### Complimenten voor glossy Gerda

De *Gerda* is een slimme en relatief goedkope manier van communicatie en het is jammer dat er zo veel mensen zijn die erover vallen (Voorpagina, 10 maart). Ook is het jammer dat Verburg haar excuses heeft aangeboden. Het is namelijk zeer goed verdedigbaar: 400 duizend euro is weinig geld voor een tijdschrift dat in een grote oplage wordt verspreid (meer dan 800 duizend exemplaren: dat is nog geen 50 cent per magazine). Het maken en uitzenden van een paar simpele spotjes, gecombineerd met het ontwerpen, drukken en verspreiden van de zoveelste folder of website zijn minstens even duur en waarschijnlijk minder effectief. Door de aantrekkelijke glossyvorm zal een groot deel van de 800 duizend lezeressen het tijdschrift bekijken, met daar bovenop de kring van vrienden en familie eromheen. Een focus op Gerda Verburg als persoon is eenvoudig te verdedigen. Persoonlijkheid en emotie trekken de aandacht van de lezer, en zullen deze boodschap veel effectiever maken dan een doorsnee campagne. Mijn complimenten voor LNV voor dit gedurfde en innovatieve initiatief. Ik wil in elk geval de hoop uitspreken dat de *Gerda* de toon zet voor de overheidscommunicatie - innovatief, gedurfd en veelzijdig.

**Peeter Verlegh**, Rotterdam  
universitair hoofddocent marketing